

ANALISIS SEMIOTIKA GAYA KOMUNIKASI MILENIAL BAMBANG SOESATYO MELALUI YOUTUBE PODCAST

Raden Wahyu Utomo Martianto(Tiar)¹, Ahmad Toni²

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur

¹martianto.utomo@gmail.com, ²ahmad.toni@budiluhur.ac.id

Naskah diterima tanggal 03-12-2020, direvisi tanggal 18-01-2021, disetujui tanggal 21-01-2021

Abstrak. Kanal *YouTube* 'Bamsoet Channel' milik Bambang Soesatyo merupakan sebuah terobosan dalam sejarah kepemimpinan MPR-RI untuk menjalankan visi dan misi organisasi. Perbedaan generasi akan berimbas pada perbedaan gaya komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk memberi gambaran mengenai gaya komunikasi milenial yang diterapkan Ketua MPR-RI periode 2019-2024, Bambang Soesatyo dalam *YouTube Podcast* 'Ngompol' (Ngomong Politik). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes. Konsep yang digunakan adalah *Communicator Style Measure* (CSM) dari Robert W. Norton, kemudian Tipe komunikasi pemimpin dari Tubbs & Moss. Hasil penelitian mendapatkan gambaran gaya komunikasi Bambang Soesatyo di video podcast 'Ngompol' dalam kanal *YouTube* 'Bamsoet Channel', ditemukan enam gaya komunikasi Bambang Soesatyo yaitu *Impression Leaving*, *Open*, *Friendly*, *Relaxed*, *Dramatic*, dan *Attentive*, dengan tipe komunikasi equalitarian untuk mengatasi perbedaan gaya komunikasi antar generasi

Kata kunci: Bambang Soesatyo; gaya komunikasi, semiotika, *youtube podcast*.

Abstract. Bambang Soesatyo's 'Bamsoet Channel' YouTube channel is a breakthrough in the history of the MPR-RI's leadership to carry out the organization's vision and mission. Generational differences will impact on differences in communication styles. This study aims to provide an overview of the millennial communication style applied by the Chairperson of the MPR-RI for the 2019-2024 period, Bambang Soesatyo in the YouTube Podcast 'Ngompol' (Ngomong Politik). This study used qualitative research methods with the semiotics analysis approach of Roland Barthes. The concept used is the Communicator Style Measure (CSM) from Robert W. Norton, then the leader communication type from Tubbs & Moss. The results of the research get an overview of Bambang Soesatyo's communication style in the video podcast 'Ngompol' on the Youtube channel 'Bamsoet Channel', found six communication styles of Bambang Soesatyo, namely *Impression Leaving*, *Open*, *Friendly*, *Relaxed*, *Dramatic*, and *Attentive*, with the type of communication equalitarian to overcome differences in communication styles between generations.

Keywords: Bambang Soesatyo; communication style; semiotics; *youtube podcast*

PENDAHULUAN

Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2014 Tentang MPR, DPR, DPD DAN DPRD (MD3) Pasal 5 huruf a dan huruf b jo Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2014 Tentang MPR, DPR, DPD DAN DPRD Pasal 5 huruf a dan b, Pasal 11 huruf c, telah mengamanatkan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia (MPR-RI) bertugas memasyarakatkan Ketetapan MPR, Pancasila, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan Bhinneka Tunggal Ika kepada masyarakat di seluruh wilayah tanah air. Hal tersebut sesuai dengan visi misi MPR yaitu sebagai "Rumah Kebangsaan, Pengawal Ideologi Pancasila dan Kedaulatan Rakyat" (MPR RI, n.d.).

Keberhasilan organisasi dalam mewujudkan visi dan misi yang telah ditetapkan tidak terlepas dari peranan pemimpin. Kualitas pemimpin dianggap sebagai salah satu faktor sukses atau tidaknya suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Hal ini memiliki konsekuensi bahwa setiap pemimpin wajib memberikan perhatian yang serius untuk membina, memobilisasi, mengarahkan seluruh sumber daya yang ada dalam mencapai tujuan organisasi (Pohan, 2019, p. 157). Kepemimpinan Bambang Soesatyo (Bamsoet) sejak dilantik menjadi Ketua Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia (MPR-RI) pada tanggal 3 Oktober 2019 yang lalu menarik perhatian publik mengenai eksistensi lembaga tinggi negara tersebut sebagai “Rumah Kebangsaan”.

Ketua MPR-RI periode 2019-2024, Bamsoet menggunakan cara baru dalam mensosialisasikan Empat Pilar MPR-RI, yaitu dengan menggandeng para selebritis dan *YouTuber* melalui akun kanal *Youtube* ‘Bamsoet Channel’ dan konten *podcast* “Ngompol” (Ngomong Politik) di dalamnya. Bamsoet menilai bahwa memanfaatkan media sosial untuk sosialisasi Empat Pilar MPR RI dengan cara yang segar, merupakan salah satu langkah kreatif MPR-RI agar bisa tetap lebih dekat dengan rakyat. Mengingat saat ini masyarakat Indonesia, khususnya generasi milenial lebih senang menyaksikan video dibandingkan membaca (Budhiarto, 2020).

Dalam keterangannya kepada portal berita ekonomi online *wartaekonomi.co.id* (2020) dalam acara peluncuran *Channel Youtube Bamsoet Channel* dan *Podcast* ‘Ngompol’ sekaligus syukuran ulang tahunnya yang ke-58, Bamsoet menjelaskan pemilihan media sosial *Youtube* dan konten *Podcast* berdasar pada riset *We Are Social* bersama *Hootsuite* dalam Digital 2020, dimana penetrasi internet di Indonesia mencapai 175,4 juta pengguna internet atau sekitar 64 persen dari total populasi penduduk. *Youtube* menempati peringkat pertama sebagai *platform* media sosial yang sering dikunjungi, yakni sebesar 88 persen. Sedangkan untuk *Podcast*, berdasarkan penelitian *Dailysocial* pada tahun 2018 memperlihatkan pendengar *podcast* di Indonesia sebesar 42,12 persennya adalah kalangan muda berusia 20-25 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kalangan muda tak hanya suka konten visual seperti *youtube*, tetapi juga menyukai konten audio dengan beragam topik pembicaraan yang disiarkan melalui *platform Podcast* (*wartaekonomi.co.id*, 2020).

YouTube adalah sebuah situs *web* berbagi video yang dibuat oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005. *YouTube* merupakan media sosial yang dengan spesifik menonjolkan konten berupa audio visual (Romadhan, 2018, p. 80). *YouTube* juga merupakan salah satu bentuk media sosial berbasis video dan memiliki lebih dari satu miliar pengguna jika dilihat dari statistik situsnya sendiri (David et al., 2017). Ragam konten atau isi yang terdapat dalam *YouTube* dan saat ini sedang banyak digemari di Indonesia adalah *Podcast*. Survey yang dilakukan *Daily Social* pada tahun 2018 terhadap 2023 pengguna *smartphone* menyatakan bahwa sebesar 68% responden familiar dengan keberadaan *podcast* dan 80% diantaranya pernah mendengarkan *podcast* dalam 6 bulan terakhir (Zellatifanny, 2020). Beberapa survey yang telah dilakukan menunjukan bahwa pendengar *podcast* di Indonesia didominasi oleh generasi milenial, dengan kisaran usia 20-25 tahun sebesar 42,12% yang kemudian diikuti oleh kelompok usia 26-29 sebesar 25,52% dan 30-35 tahun sebesar 15,96% (Adnan & Iskandar, 2020).

Podcast pada awalnya adalah file audio atau video yang diunggah di web agar dapat diakses oleh individu baik berlangganan maupun tidak dan dapat didengarkan atau ditonton dengan menggunakan komputer atau pemutar media digital *portable* (Brown & Green, 2007). Saat ini fenomena yang tengah marak adalah *podcast* tidak hanya diproduksi dalam bentuk audio, namun juga bisa berbentuk video, kemudian dipublikasikan melalui akun *Instagram* maupun *Youtube* pribadinya. *Podcast* merupakan medium yang digemari anak muda di dunia maupun di Indonesia, sebab generasi muda lebih banyak menggunakan internet dengan beragam perangkat teknologi komunikasi. *Podcasting* menempatkan individu sebagai kekuatan dalam berkomunikasi. Untuk pengguna yang lebih muda atau yang termasuk dalam Gen Y (milenial) dan Gen Z (pasca milenial), *podcast* juga dianggap memberikan lebih banyak karya otentik dan kontrol akan penggunaan media yang mereka akses (Zellatifanny, 2020, p. 123).

Saat ini struktur demografi Indonesia didominasi oleh penduduk usia produktif dengan relatif tingginya pertumbuhan penduduk usia muda. Salah satu unsur terpenting dari struktur penduduk usia produktif adalah generasi milenial. Generasi milenial merupakan modal terbesar pembangunan yang dapat menentukan nasib bangsa ke depan. Dengan kata lain, merekalah yang memiliki peran besar di era bonus demografi dewasa ini (Hemay et al., 2020). Badan Pusat Statistik mengkategorikan setiap generasi berdasarkan tahun kelahiran. Generasi *Baby Boomer* lahir antara 1944 hingga 1964, Generasi X lahir antara 1965 hingga 1980, kemudian Generasi Y atau Generasi Millennial lahir antara 1981 hingga 1997, dan Generasi Z atau pasca Milenial yang lahir antara 1998-hingga sekarang (Alvara Research Center, 2020, p. 2). Dari batasan kategori demografi tersebut dapat kita lihat bahwa terdapat perbedaan usia yang cukup jauh antara generasi milenial dan pasca milenial yang lahir pada tahun 1981 hingga sekarang dengan Bamsoet yang lahir di tahun 1962. Perbedaan generasi memiliki perbedaan gaya komunikasi yang dapat melahirkan ketidakseragaman pemahaman dalam bersosialisasi. Sesuatu dianggap baik dan beretika bagi suatu generasi, namun mungkin tidak untuk generasi lainnya (Fauziyyah, 2019). Sebagai figur pemimpin yang merepresentasi lembaga negara MPR-RI, sekaligus merupakan komunikator dalam sosialisasi Empat Pilar Kebangsaan MPR-RI, maka Bamsoet diharapkan mampu untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan target komunikasi yang dituju, yaitu generasi milenial dan pasca milenial.

Paparan fenomena di atas menarik bagi peneliti untuk menganalisis bagaimana gaya komunikasi (*communicator style*) yang diterapkan Bamsoet serta tipe komunikasi pemimpin yang melekat pada Bamsoet dalam *YouTube Podcast 'Ngompol'* dalam menjangkau *audience* generasi milenial dan pasca milenial menggunakan analisis semiotika dari Roland Barthes. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk memberi gambaran mengenai gaya komunikasi milenial yang diterapkan Ketua MPR-RI periode 2019-2024 Bambang Soesatyo dalam *YouTube Podcast 'Ngompol'* (Ngomong Politik).

Instrumen yang peneliti gunakan sebagai pendekatan terhadap ciri komunikasi Bamsoet dalam *Youtube Podcast 'Ngompol'* adalah *Communicator Style Measure* dari Robert W. Norton (1978, 1983), yang terdiri dari sepuluh karakter yaitu (Makmur, 2016):

- **Impression Leaving (Kesan yang ditinggalkan)**
Kecenderungan untuk mencoba menciptakan kesan mendalam di dalam benak penonton. Ini adalah sasaran yang disadari oleh seseorang ketika berbicara dengan orang lain.
- **Argumentative (Suka berdebat)**
Keadaan menantang orang lain ketika terjadi ketidaksepahaman, berargumen dengan yang lain (dengan cara yang agresif dan terkesan negatif).
- **Open (Keterbukaan)**
Karakter yang berarti bersedia menyampaikan perasaan, pemikiran, dan informasi personal. Orang yang terbuka biasanya bangga dengan kejujurannya.
- **Dramatic (Dramatis)**
Dalam upaya untuk mempengaruhi bagaimana orang lain menafsirkan isi literal pembicaraannya, komunikator yang dramatis akan menceritakan sebuah kisah, berbagi fantasi, menggunakan metafora, melebih-lebihkan ide, dan memodulasi isyarat paralinguistik.
- **Dominant (Dominan)**
Tampil kuat, sering bicara, mengambil peran pemimpin, dan ingin mengontrol situasi-situasi sosial.
- **Precise (Ketepatan)**
Keinginan agar orang mendokumentasikan apa yang dikatakan. Biasanya orang dengan ciri ini, berusaha untuk akurat dan menyeluruh dalam komunikasi lisan.
- **Relaxed (Rileks)**
Komunikator yang bersifat positif, tidak gugup dalam berbicara atau bahasa tubuh.
- **Friendly (Bersahabat)**

Membangun kedekatan dengan bersikap ramah dan sopan saat menyampaikan pesan kepada penerima pesan.

- **Attentive (Perhatian)**

Kecenderungan untuk mendengarkan secara seksama, berempati dan sensitif sehingga mampu mengulang apa yang dikatakan orang lain, sehingga orang tahu bahwa ia menyimak.

- **Animated Expressive (Hidup dan bersemangat)**

Menunjukkan warna dalam berkomunikasi, melalui penggunaan mimik yang cukup sering seperti gerakan mata, muka, gestur untuk mengekspresikan maksud.

Konsep *Communicator Style Measure*(CSM) dari Robert Norton tersebut biasanya digunakan dalam menganalisa gaya komunikasi seseorang dalam situasi tertentu, karena gaya komunikasi bukan tipe seseorang melainkan kepada situasi yang dihadapi. Analisa dilakukan pada komunikasi langsung yang dilakukan oleh komunikator (Kuria, 2019). Penelitian ini mengambil konsep *Communicator Style Measure* Robert Norton atas dasar pertimbangan bahwa pola komunikasi yang terjadi antara Bamsoet dan bintang tamu dalam tayangan video di Kanal *Youtube Podcast 'Ngompol'* bergaya wawancara, sehingga terjadi komunikasi langsung dua arah di dalamnya. Aspek yang diteliti mencakup gaya komunikasi berdasarkan pendekatan budaya dan ciri atau karakter komunikasi verbal dan nonverbal yang ditampilkan Bamsoet dalam video *Podcast 'Ngompol'* yang terdapat dalam kanal *YouTube 'Bamsoet channel'*.

Menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (1996) (Anisa & Rachmaniar, 2018), terdapat enam tipe komunikasi seorang pemimpin yaitu:

- **Controlling Style (Gaya Mengendalikan)**

Gaya komunikasi mengendalikan ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one way communication*.

- **Equalitarian Style (Gaya Kesetaraan)**

Aspek penting dalam gaya ini adalah dasar kesetaraan. Ditandai dengan penyebaran pesan verbal maupun non-verbal bersifat dua arah. Komunikasi dengan gaya ini dilakukan secara terbuka. Artinya setiap anggota dapat mengungkapkan gagasan atau pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama.

- **Structuring Style (Gaya Berstruktur)**

Gaya ini memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan. Pengirim pesan lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain. Pada gaya komunikasi ini adalah seseorang yang mampu merencanakan pesan-pesan verbal guna lebih memantapkan tujuannya, memberikan penegasan atau mempunyai jawaban setiap pertanyaan-pertanyaan yang muncul.

- **Dynamic Style (Gaya Dinamis)**

Gaya komunikasi yang dinamis memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim memahami bahwa lingkungan kerjanya berorientasi pada tindakan. Tujuan utama gaya komunikasi ini adalah untuk merangsang atau mendorong penerima pesan (biasanya pekerja atau bawahan) agar bekerja lebih cepat dan lebih baik. Gaya komunikasi dinamis efektif digunakan untuk menangani masalah krisis, akan tetapi membutuhkan penerima pesan yang memiliki kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah krisis tersebut.

- **Relinquishing Style (Gaya Pelepasan)**

Gaya komunikasi ini mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat atau gagasan orang lain daripada keinginan untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. Pesan dalam komunikasi ini akan efektif ketika pengirim bekerja sama dengan orang yang berpengetahuan, berpengalaman, teliti dan bertanggung jawab.

- **Withdrawal Style (Gaya Menarik Diri)**

Gaya komunikasi ini dapat melemahkan komunikasi, artinya orang yang menggunakan gaya komunikasi ini tidak memiliki keinginan untuk berkomunikasi dengan orang lain karena ada beberapa masalah atau kesulitan interpersonal yang dihadapi oleh orang-orang tersebut. Gaya komunikasi ini dapat dikatakan mengalihkan persoalan.

Peneliti mengambil kedua konsep gaya komunikasi Robert Norton dan tipe komunikasi pemimpin Tubbs and Moss dalam penelitian ini berdasarkan pada pemikiran bahwa sosok Bamsoet sebagai individu yang tergolong generasi *baby boomers*, juga merupakan figur seorang pemimpin MPR-RI periode 2019-2024 yang merepresentasi lembaganya, yang harus beradaptasi dengan gaya komunikasi generasi milenial dan pasca milenial melalui kanal *Youtube Podcast 'Ngompol'*.

Sudah banyak penelitian mengenai gaya komunikasi yang dilakukan oleh para pemimpin diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Renata Anisa dan Rachmaniar (2018), mengangkat topik Gaya Komunikasi Calon Kepala Daerah Menjelang Pilkada Pada Media Sosial Instagram. Hasil penelitian menunjukkan gaya komunikasi yang digunakan calon kepala daerah Ridwan Kamil (RK) pada media sosial Instagram adalah gaya komunikasi dua arah (*The Equalitarian Style*). Komunikasi dan penyampaian pesan bersifat dua arah. Komunikasi yang dilakukan bersifat informal dan terbuka dimana netizen dapat mengakses akun calon kepala daerah dan menyampaikan opini, kritik, gagasan, dan dukungan secara langsung. Efektifitas gaya komunikasi *equalitarian* ini dapat dilihat bahwa pada setiap Ridwan Kamil mengunggah informasi mampu memperoleh komentar netizen sebanyak seratus hingga empat ribu baik positif maupun negatif (Anisa & Rachmaniar, 2018).

Riniwati Makmur (2016), melakukan penelitian dengan judul Gaya dan Karakter Politik Presiden Joko Widodo. Penelitian ini mendeskripsikan gaya dan karakter komunikasi politik Presiden Joko Widodo dalam beberapa aktivitasnya pada kurun waktu Oktober 2014 hingga Desember 2015. Dengan menggunakan metode analisis semiotika dan pendekatan budaya serta Teori Ciri-ciri/Karakter Komunikasi Robert Norton hasil penelitian menunjukkan bahwa Presiden Joko Widodo memiliki gaya komunikasi konteks rendah, dan tampaknya memiliki karakter komunikasi meninggalkan kesan mendalam, terbuka, dominan, perhatian, bersahabat, dan cukup hidup. Presiden Joko Widodo juga memiliki ketegasan, namun tingkat keterlibatannya agak rendah di dalam komunikasi kelompok kecil berbahasa Inggris (Makmur, 2016).

Sedangkan Paiman Raharjo (2016) mengangkat penelitian dengan tema *Communication Styles Of Joko Widodo In Disseminating Slum Village Planning Policy (At Kampung Deret) In Jakarta Province*. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana Jokowi merangkul masyarakat, khususnya yang tidak atau kurang menyetujui program Kampung Deret. Fokus pembahasan pada gaya komunikasi apa yang digunakan Joko Widodo dalam mensosialisasikan kebijakan Program Kampung Deret Pemprov DKI Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Joko Widodo menggunakan kombinasi tiga gaya Otoriter, Partisipatif, dan Delegatif tergantung siapa yang dihadapi dan dipimpinnya (Raharjo, 2016).

Penelitian-penelitian mengenai gaya komunikasi tersebut menyoroti pimpinan dalam lembaga pemerintahan. Hal ini dimaksudkan agar terdapat kesesuaian dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan. Dimana Bamsoet merupakan figur central di MPR-RI saat ini. Persamaan penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi acuan penulis dalam menyusun penelitian ini adalah fokus penelitian pada gaya komunikasi pemimpin. Ada kesamaan juga pada teori atau konsep yang digunakan. Sedangkan perbedaan akan menjadi keunikan penelitian ini dibandingkan penelitian sebelum-sebelumnya. Yang membedakan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah adanya perbedaan generasi dan fokus penelitian ini ingin mengetahui gambaran faktual mengenai gaya komunikasi Bamsoet terhadap generasi milenial, serta observasi yang dilakukan adalah pada *YouTube podcast 'Ngompol'*.

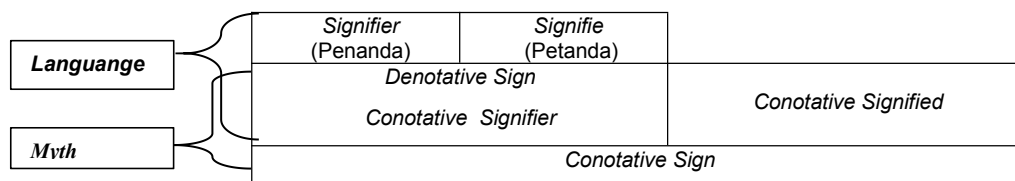
METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2014). Penggunaan penelitian kualitatif adalah untuk mengetahui dan menganalisa apa yang tidak terlihat, atau dengan kata lain ingin melihat isi komunikasi yang tersirat (Umarela et al., 2020).

Sumber data dalam penelitian ini terbagi dalam dua kategori. *Pertama*, data primer, yang diperoleh dari tayangan video *Podcast* 'Ngompol' yang terdapat di kanal *Youtube* 'Bamsoet Channel', dengan bintang tamu yang tergolong dalam kategori usia milenial, dan *Kedua*, data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari literatur-literatur yang mendukung data primer seperti buku-buku, jurnal-jurnal penelitian, internet yang memiliki relevansi dengan penelitian.

Sedangkan untuk teknik pengumpulan data yang dilakukan juga ada dua, yaitu *Observasi*, yang dilakukan dengan pengamatan langsung dan bebas terhadap objek penelitian, yaitu video *YouTube Podcast* 'Ngompol' di dalam kanal *YouTube* 'Bamsoet channel' milik Bamsoet. Kemudian pengamatan terhadap unit analisis berupa potongan-potongan video percakapan yang diyakini memunculkan gaya komunikasi Robert W. Norton, dengan cara menonton dan mengamati dengan seksama dialog-dialog serta adegan dalam video *YouTube Podcast* 'Ngompol'. Kemudian mencatat, lalu meneliti, kemudian melakukan analisa sesuai dengan model analisis yang digunakan. Lalu yang kedua *Dokumentasi*, dengan mencari data mengenai hal-hal yang berkaitan dengan video *YouTube Podcast* 'Ngompol', gaya komunikasi Robert W. Norton serta tipe komunikasi pemimpin dari buku-buku, jurnal-jurnal penelitian, *internet* yang relevan dengan penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis semiotika Roland Barthes. Semiotika merupakan ilmu atau metode yang mengkaji tanda (Kauppinen-Räsänen & Jauffret, 2018). Penelitian ini kemudian berfokus untuk mengkaji setiap tanda pada teks dialog yang dipilih dalam video *podcast* 'Ngompol' yang telah ditentukan untuk diinterpretasi. Roland Barthes mengemukakan bahwa semiotika pada dasarnya memiliki tujuan mempelajari bagaimana kemanusiaan memekani berbagai hal (Cole, 2018). Roland Barthes adalah penerus pemikiran Ferdinand De Saussure yang mengamati cara kompleks pembentukan kalimat namun kurang tertarik pada fakta bahwa kalimat yang sama bisa menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya. Pemikiran tersebut diteruskan Barthes dengan menekankan interaksi antara teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes dikenal dengan "*Two Order of Significations*" (Mudjiyanto & Nur, 2013).



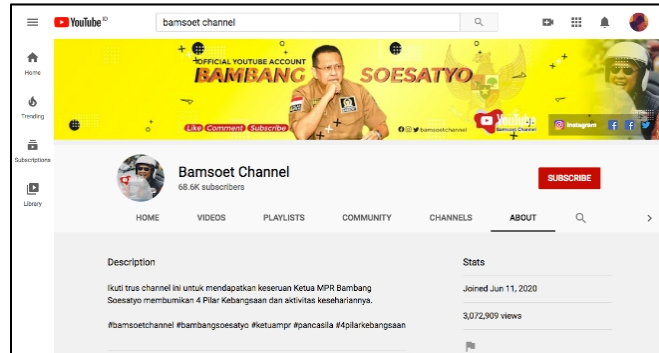
Sumber: Rekonstruksi Peneliti

Gambar 1. Konsep "Two Order of Significations" Roland Barthes

Pada tingkat pertama yaitu *Language*, *signifier-signified*, dan *sign* masih berada pada tataran makna denotatif (semiotologi *saussure*). Pada tataran kedua yaitu *myth*, *sign* tingkat pertama (*Denotative sign*) berperan sebagai *Connotative signifier*. Pada tataran makna konotatif inilah mitos hadir. Menurut Barthes, denotasi memiliki sifat tertutup sehingga hasilnya adalah pemaknaan eksplisit, langsung, pasti, objektif (disepakati secara sosial dan sesuai realitas). Sedangkan konotasi sifatnya terbuka, pemaknaan implisit, dan bersifat subyektif yang memungkinkan munculnya penafsiran baru. Mitos dalam konteks ini dipahami sebagai perkembangan dari konotasi yang sudah terbentuk lama di masyarakat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

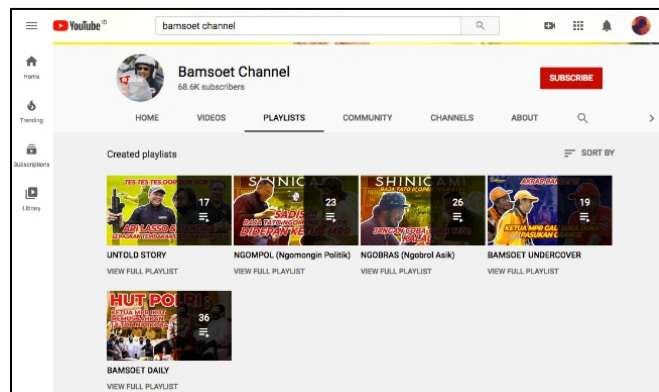
Bambang Soesatyo membuat 'Bamsoet Channel' pada tanggal 11 Juni 2020 dengan nama 'Bamsoet Channel' yang berisi keseruan Ketua MPR Bambang Soesatyo membicarakan 4 Pilar Kebangsaan dan aktivitas kesehariannya., hingga laporan ini disusun telah memiliki 68.5K *subscribers* dan ditonton sebanyak 3,067,218 kali. (BamsoetChannel, 2020)



Sumber: *YouTube.com*(Soesatyo, n.d.-a)

Gambar 2. Tampilan muka *channel YouTube Bamsoet Channel*

Terdapat 5 konten *Podcast* yang disajikan dalam kanal *YouTube* milik Bamsoet tersebut yang menampilkan keseharian Bamsoet dan Sosialisasi Empat Pilar Kebangsaan MPR-RI, yaitu *UNTOLD STORY*, *BAMSOET DAILY*, *BAMSOET UNDERCOVER*, *NGOBRAS* (Ngobrol Asik), dan *NGOMPOL* (Ngomong Politik).




Sumber: *YouTube.com*(Soesatyo, n.d.-b)

Gambar 3. Ragam *Podcast Bamsoet Channel*

Dalam penelitian ini peneliti hanya akan melakukan observasi pada *channel YouTube Podcast* 'Ngompol', dengan pertimbangan hanya konten *podcast* tersebut yang menjadi sarana utama Ketua MPR-RI Bamsoet menjalankan program organisasi MPR-RI yaitu sosialisasi Empat Pilar Kebangsaan MPR-RI kepada generasi milenial dan pasca milenial.. Peneliti melakukan analisis semiotika khusus terhadap video *podcast* 'Ngompol' (Ngomong Politik) yang menghadirkan bintang tamu dari kalangan milenial untuk mengetahui gaya komunikasi yang diterapkan Bamsoet berdasarkan *Communicator Style Measure* (CSM) dari Robert Norton (1973, 1983).

Tabel 1
Analisis Scene Video Pilihan #1

| SIGNIFIER (PENANDA) | SIGNIFIED (PETANDA) |
|---|--|
|  <p>Bamsoet: "Hai Gaes, Selamat datang di YouTube Bamsoet Channel. Ikuti terus, paaasti seru!"</p> | <p>Bamsoet duduk santai di dalam sebuah ruangan yang nyaman dan berbicara ke arah kamera. Terdapat dua kursi dan sebuah meja dengan Pot Tanaman Bunga ukuran sedang diatasnya.</p> <p>Di latar belakang ada lukisan dua wanita penari jawa. Kemudian di sebelahnya terdapat sebuah lemari/rak yang memajang beberapa plakat.</p> <p>Bamsoet mengenakan celana panjang hitam, kacamata, dan <i>Polo Shirt</i> berwarna putih.</p> <p>Kemudian muncul <i>Pop-Up Window</i> bertuliskan Bamsoet Channel, kotak Subscribe, Share, Logo Logo 'Like', dan Lonceng.</p> |
| DENOTATIVE SIGN | |
| Bamsoet menyapa dan mengajak para <i>netizen</i> terutama generasi milenial untuk mengikuti terus keseruan dalam konten video-video di Bamsoet Channel. | |
| CONOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF) | CONOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF) |
| Bamsoet menyapa dan mengajak generasi milenial untuk ikuti terus keseruan dalam konten video-video di Bamsoet Channel. | Suasana yang ramah dan santai pada konten video-video Bamsoet Channel, |
| CONOTATIVE SIGN | |
| Selain sebagai KETUA MPR-RI, Bamsoet juga adalah seorang <i>Youtuber</i> yang memiliki konten-konten seru dan asik. | |
| MYTH | |
| Meskipun usia berbeda tingkatan generasi (<i>baby boomer generation</i>), namun Bamsoet memberi kesan memiliki jiwa milenial tidak kalah dengan <i>Youtuber-youtuber</i> di era sekarang. | |

Sumber data: Peneliti

Bamsoet menggunakan kata 'Gaes' dalam menyapa para *viewer*-nya, baik saat *opening* (pembuka) *scene*, di tengah percakapan, dan *closing* (penutup) *scene*. Hal tersebut secara konsisten dilakukan oleh Bamsoet dalam setiap video *podcast* 'NgomPol' (Ngomong Politik)-nya. Sapaan "Gaes/Guys" merupakan adaptasi dari bentuk baku dalam bahasa Inggris "guy" dan termasuk dalam istilah "*english slang*" yang berarti teman. Mayoritas generasi milenial menggunakan sapaan "Guys" untuk mengganti sapaan di media sosial (Rokhmah & Rahmawati, 2019). *Guys* diubah bentuknya menjadi *gaes* untuk menyamakannya dengan pengucapan kata tersebut.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kesan memiliki makna, yang terasa (terpikir) sesudah melihat/mendengar sesuatu (KBBI, 2020). Potongan *scene* yang dianalisis merupakan *scene* pembuka pada setiap program video Bamsoet Channel. Sehingga repetitif dari *scene* ini meninggalkan kesan yang mendalam (*Impression leaving*) bagi para pemirsanya. Kesan mendalam juga didapatkan dari kontradiktif figur Bamsoet, seorang Ketua MPR-RI dan termasuk dalam generasi *Baby Boomers* namun berkomunikasi seperti generasi milenial pada umumnya.

Tabel 2
Analisis Scene Video Pilihan #2

| SIGNIFIER (PENANDA) | SIGNIFIED (PETANDA) |
|--|---|
|  <p>Baim: Bapak.., Bapak dulu dari.. dari.. dari lahir emang udah kaya atau ngga pak? Bamsoet: Saya dari keluarga miskin, sangat miskin. Ya, jadi saya lahir dari keluarga miskin seorang prajurit anak kolong eee pangkat balok ya. Kehidupannya dari asrama ke asrama, kemudian SMP kelas tiga, orang tua saya, ayah saya meninggal, sehingga ibu membesarkan saya secara tunggal. Nah, disitulah kehidupan keras saya dimulai. Jadi selain figur ibu yang saya panut, menjadi panutan saya, kemudian saya menyadari bahwa, ehm, ee setiap hari saya harus lebih baik dari yang kemarin.</p> | <p>Dalam cuplikan tersebut Bamsoet bercerita tentang masa lalunya dengan pandangan ke depan yang mengindikasikan ia sedang menggali memori tentang kehidupan di masa kecilnya.</p> <p>Sedangkan pandangan Baim fokus tertuju ke lawan bicara, antusias mendengarkan jawaban Bamsoet dari pertanyaannya.</p> |
| DENOTATIVE SIGN | |
| <p>Bamsoet bercerita tentang masa kecilnya, yang berasal dari keluarga tentara pangkat rendah yang miskin. Tidak punya tempat tinggal tetap, dan harus menjalani hidup lebih keras lagi sepeninggal ayahnya. Sejak itulah Bamsoet memiliki prinsip hidup bahwa hari ini harus lebih baik dari hari kemarin.</p> | |
| CONOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF) | CONOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF) |
| <p>Bamsoet bercerita tentang masa kecilnya, yang berasal dari keluarga tentara pangkat rendah yang miskin. Tidak punya tempat tinggal tetap, dan harus menjalani hidup lebih keras lagi sepeninggal ayahnya. Sejak itulah Bamsoet memiliki prinsip hidup bahwa hari ini harus lebih baik dari hari kemarin.</p> | <p>Bamsoet tanpa ragu menceritakan kisah pribadi dari masa kecilnya, untuk menjawab pertanyaan Baim Wong, namun sekaligus bertujuan menginspirasi para <i>viewer</i>-nya tentang semangat dan prinsip untuk mencapai hidup yang lebih baik.</p> |
| CONOTATIVE SIGN | |
| <p>Bamsoet tidak malu untuk mengakui bahwa dirinya berasal dari keluarga berstatus ekonomi lemah.</p> | |
| MYTH | |
| <p>Bamsoet adalah orang yang terbuka, sehingga dapat menyampaikan pemikiran, dan informasi yang bersifat personal.</p> | |

Sumber: Peneliti

Walaupun video merupakan *podcast* 'Ngompol' milik pribadi Bamsoet di kanal *YouTube* Bamsoet *Channel* yang berarti ia adalah *host* atau tuan rumah di video tersebut, namun tetap mau menjawab pertanyaan yang bersifat personal dari lawan bicara (tamu) dalam videonya. Temuan ini mengindikasikan gaya komunikasi yang terbuka (Open) dari Bamsoet, terlihat dari gaya komunikasi Bamsoet yang mengungkapkan pendapat dan pemikirannya tanpa mematahkan pendapat lawan bicara.

Tabel 3
Analisis Scene Video Pilihan #3

| SIGNIFIER (PENANDA) | SIGNIFIED (PETANDA) |
|--|---|
|  <p>Bamsoet: Eh ini ngomong-ngomong... Kapan kawin? Atta H: Waduh, pertanyaannya kapan kawin ya Bamsoet: Lo udah ngelamar belum? Atta H: Udah ngasih cincin sih Beh. Bamsoet: Diterima ama Anang? Atta H: (Salah tingkah) Diterima sih Beh.. Ko kabarnya nyampe ke babeh-babeh juga ya? Bamsoet: (Tertawa) Bukan, Anang sama-sama saya di DPR, dia bilang, ada mantu gua tapi gua lagi mikir-mikir gua terima apa ngga ya, katanya. (Tertawa bersama) Bamsoet: O rupanya ini. (menunjuk Atta). (Tertawa bersama)</p> | <p>Bamsoet melempar pertanyaan di luar konteks pembicaraan sebelumnya, membuat Atta Halilintar sebagai lawan bicara terkejut pada awalnya dan grogi menjawab pertanyaan tersebut.</p> <p>Kemudian Bamsoet menceritakan pengalaman di DPR sebelumnya saat berbicara dengan Anang Hermansyah, calon mertua Atta Halilintar.</p> <p>Pembicaraan mengenai topik pernikahan diselingi oleh gelak tawa dari keduanya.</p> |
| DENOTATIVE SIGN | |
| Bamsoet merasa tidak yakin lamaran Atta sudah diterima oleh Anang Hermansyah. | |
| CONOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF) | CONOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF) |
| Bamsoet merasa tidak yakin lamaran Atta sudah diterima oleh Anang Hermansyah. | Penggunaan sapaan 'lo' menunjukan kedekatan Bamsoet dengan Atta Halilintar layaknya sahabat, |
| CONOTATIVE SIGN | |
| Pertanyaan yang memasuki ranah pribadi tersebut ingin menunjukkan kedekatan Bamsoet dengan Atta Halilintar sebagai representatif generasi milenial. | |
| MYTH | |
| Bamsoet merupakan sahabat generasi milenial. | |

Sumber: Peneliti

Bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pesan kepada bintang tamu menggunakan bahasa informal, namun tanpa membuat lawan bicara tersinggung. Kedekatan dapat terbangun dibuktikan dengan respon bintang tamu yang kemudian dapat bercerita banyak hal apa adanya, hingga tertawa lepas namun masih dalam batas-batas kesopanan, sehingga komunikasi yang terjadi mampu menciptakan suasana yang bersahabat (*Friendly*) antara *host* dan bintang tamu.

Tabel 4
Analisis Scene Video Pilihan #4

| SIGNIFIER (PENANDA) | SIGNIFIED (PETANDA) |
|---|--|
|  <p>Bamsoet: Ngomong-ngomong lu masih inget lagu-lagu kebangsaan ngga? Hendric: Wah, agak susah tapi hafal, sepotong. Bamsoet: Garuda Pancasila hafal? Hendric: Ee, Indonesia Raya Bamsoet: Waah, coba coba udah mainkan. (Tertawa bersama) Bamsoet: Gua kasih kaos nih.. naah. Mau sepeda ngga sepeda? (Tertawa bersama) Hendric: Jadi malu saya mau nyanyi. (Hendric mulai bernyanyi 1 bait lagu Indonesia Raya)</p> | <p>Lokasi percakapan di Studio <i>Tatto</i> sekaligus restoran milik <i>Tatto artist</i> Hendric Shinigami. Bamsoet duduk santai dengan tangan memegang dinding pembatas studio., dan di sebelah Hendric Shinigami yang juga sedang men-<i>Tatto</i> seorang pelanggan (tampak tangan).</p> <p>Bamsoet meminta Hendric menyanyikan salah satu lagu kebangsaan, dan Hendric memilih lagu Indonesia Raya.</p> <p>Sebagai imbalannya, Bamsoet menawarkan hadiah berupa Kaos atau Sepeda.</p> <p>Pada awalnya Hendric malu untuk bernyanyi, tapi akhirnya bersedia dan mendapatkan hadiah kaos dari Bamsoet.</p> |
| DENOTATIVE SIGN | |
| Bamsoet membuat tantangan untuk Hendric Shinigami menyanyikan salah satu lagu kebangsaan dan memberi hadiah sebuah Kaos setelah Hendric berani bernyanyi. | |
| CONOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF) | CONOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF) |
| Bamsoet membuat tantangan untuk Hendric Shinigami menyanyikan salah satu lagu kebangsaan dan memberi hadiah sebuah Kaos setelah Hendric berani bernyanyi. | Bamsoet menciptakan suasana yang santai, dan ceria dengan membuat tantangan sebagai <i>gimmick</i> dalam brolan bersama Hendric Shinigami. |
| CONOTATIVE SIGN | |
| Bamsoet menciptakan suasana yang santai dan ceria untuk membuat Hendric Shinigami berani bernyanyi di depan kamera sehingga membuat konten video lebih menarik. | |
| MYTH | |
| 'Ngomong Politik' yang diselilingi permainan atau tantangan membuat perbincangan tidak membosankan dan menarik untuk diikuti. | |

Sumber: Peneliti

Hendric Shinigami adalah seorang *Tatto artist* dan pengusaha restaurant. Kesehariannya tidak membuat dia terbiasa menertima tantangan untuk diajak bernyanyi, apalagi menyanyikan lagu-lagu kebangsaan. Selain itu bernyanyi di depan kamera yang akan ditayangkan di *YouTube* membuatnya grogi pada awalnya. Namun akhirnya ia mau bernyanyi tanpa dipaksa karena pembawaan Bamsoet yang tenang dalam berbicara, tertawa lepas, serta gestur yang santai (Relaxed), tidak banyak merubah posisi sebagai tanda tidak ada kegugupan. Membuat lawan bicara/bintang tamu juga tidak terlihat tegang atau gugup saat berbicara dengan Bamsoet.

Tabel 5
Analisis Scene Video Pilihan #5

| SIGNIFIER (PENANDA) | SIGNIFIED (PETANDA) |
|--|--|
|  <p>Bamsoet: Ini cerita nih, kemarin kebetulan saya dengan pak Jokowi mengikuti acara Sidang Tahunan MPR. Beliau pake masker, dia bilang, haduh agak pengep ini maskernya. Mungkin ketebelan beliau. Saya bilang, pak, udah saatinnya kita ciptakan masker yang ada AC-nya, saya bilang... Dia ketawa...</p> <p>(Keduanya tertawa)</p> <p>Bamsoet: Tapi ini tantangan ini buat temen-temen yang memiliki kemampuan dan inovasi, karena pandemi ini kemungkinan masih agak panjang, jadi kalau bisa menemukan AC, eh apa... masker dengan batere kecil bisa memutar apa, <i>exhaust</i>, atau bahkan pendingin, waduh itu canggih tuh.</p> <p>(Keduanya tertawa)</p> | <p>Bamsoet sedang bercerita mengenai idenya tentang masker yang inovatif.</p> <p>Denny mendengarkan dan sesekali tertawa mendengar cerita Bamsoet.</p> <p>Lalu di layar muncul <i>pop-up</i> foto memperlihatkan Bamsoet bersama Presiden Jokowi yang mengenakan baju adat, keduanya mengenakan masker berwarna hitam, sedang berjalan di dalam gedung MPR.</p> <p>Bamsoet memberi tantangan pada para Netizen/ <i>viewer</i> untuk berinovasi menciptakan masker berpendingin atau yang dapat mengeluarkan udara.</p> |
| DENOTATIVE SIGN | |
| Bamsoet menceritakan <i>intermezzo</i> dengan Presiden Jokowi mengenai perlunya menciptakan masker berpendingin atau yang dapat mengeluarkan angin. | |
| CONOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF) | CONOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF) |
| Bamsoet menceritakan <i>intermezzo</i> dengan Presiden Jokowi mengenai perlunya menciptakan masker berpendingin atau yang dapat mengeluarkan angin. | Cerita Bamsoet bersama Presiden Jokowi membahas tentang masker merupakan kejadian nyata, dengan bukti foto mereka mengenakan masker berwarna hitam saat sedang berjalan bersama. |
| CONOTATIVE SIGN | |
| Cerita tentang masker Bamsoet bersama Presiden Jokowi merupakan penekanan terhadap maksud Bamsoet untuk memotivasi generasi milenial agar tetap kreatif dan berinovasi di tengah masa pandemi. | |
| MYTH | |
| Generasi milenial adalah generasi yang kreatif dan memiliki potensi untuk melahirkan sesuatu yang inovatif dan baru. | |

Sumber: Peneliti

Bamsoet memasukkan cerita percakapannya dengan Presiden Jokowi dalam menyampaikan maksudnya, memotivasi generasi milenial dan pasca milenial untuk terus berkarya. Cerita tersebut diperkuat dengan gambar foto *pop-up* Bamsoet dan Presiden Jokowi sedang berjalan bersama di dalam gedung MPR. Hal ini menunjukkan gaya komunikasi yang dramatis (*Dramatic*) dari Bamsoet.

Tabel 6
Analisis Scene Video Pilihan #5

| SIGNIFIER (PENANDA) | SIGNIFIED (PETANDA) |
|--|--|
|  <p>Bamsoet: Sekarang kan ada kebijakan setelah pandemi ini, sekolah jarak jauh.. Itu gimana ngehandlenya..</p> <p>Ayu: (Merajuk canda) Boleh minta tolong ngga pak, Pak Nadiem boleh tolongin ngga... Maksudnya... Karena mungkin..apa ya..karena kita biasa anak di sekolah gitu ya pak, jadi saya itu belum berangkat kerja sebelum anak saya selesai, dari <i>zoom meeting</i> dari sekolah. Jadi apa-apa sekarang kita kontrol gitu. Maksudnya.. kalau di sekolah kan udah ada gurunya yang ngedampingin.. Kalo sekarang bangun pagi kita yang ngedampingin, kita yang liatin cara dia belajar, apa gimana. Lumayan sih pak, ibu-ibu sekarang banyak yang...(ke kamera) ya kan bu? Maksudnya...</p> <p>Bamsoet: Jadi ibu beneran..(tertawa)</p> <p>Ayu: Iya jadi ibu beneran gitu, kerasa gitu pak. Banyak tug....Tugasnya banyak gitu, mendingan di sekolah deh sekalian, tugasnya ngga begitu banyak kaya sekarang-sekarang di rumah.</p> <p>Bamsoet: (ke Kamera) Iya, jadi Gaes... Ternyata masalah pendidikan tidak hanya melanda kegalauan para wanita-wanita biasa. Tetapi juga melanda wanita-wanita yang sekarang menjadi selebriti, menjadi <i>trendsetter</i>, dimana kesibukannya sangat luar biasa.</p> | <p>Bamsoet bertanya kepada Ayu TingTing bagaimana menyikapi peraturan pembelajaran jarak jauh terkait Pandemi.</p> <p>Ayu TingTing mengeluhkan repotnya menjadi orang tua yang harus mengawasi anaknya selama proses belajar <i>online</i> di rumah sehingga ia baru bisa berangkat bekerja setelah sekolah jarak jauh anaknya selesai.</p> <p>Ayu TingTing secara implisit meminta dukungan ibu-ibu yang menonton bagi di ruangan (bila ada) ataupun yang menonton video ini.</p> <p>Selain itu dengan pembelajaran jarak jauh semakin banyak pula tugas sekolah yang harus dikerjakan anaknya dan perlu didampingi dirinya sebagai orang tua.</p> <p>Bamsoet memperhatikan dengan seksama keluh kesah Ayu TingTing dan memberikan kesimpulan pengertian kepada netizen bahwa yang kerepotan bukan hanya ibu-ibu rumah tangga biasa, namun mereka yang berprofesi sebagai selebriti atau <i>trendsetter</i> juga mengalami kegalauan yang sama.</p> |

DENOTATIVE SIGN

Bamsoet mendengarkan keluh kesah Ayu TingTing tentang repotnya menemani anak belajar jarak jauh.

| CONOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF) | CONOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF) |
|--|--|
| Bamsoet mendengarkan keluh kesah Ayu TingTing tentang repotnya menemani anak belajar jarak jauh. | Sebagai pimpinan lembaga tinggi negara Bamsoet memperhatikan keluh kesah rakyat, tanpa membedakan status sosial. |

CONOTATIVE SIGN

Sebagai seorang pemimpin lembaga tinggi negara Bamsoet memberikan pengertian kepada AyuTingTing bahwa resiko sekolah jarak jauh juga dirasakan oleh semua ibu-ibu yang harus mendampingi anak selama belajar di rumah. Dimana kebijakan tersebut perlu diambil demi keselamatan anak-anak.

MYTH

Seorang pemimpin haruslah memiliki perhatian penuh terhadap pengikutnya, serta memahami

persoalan yang dihadapi semua masyarakat tanpa membedakan status sosialnya.

Sumber: Peneliti

Respon bintang tamu yang kemudian dapat bercerita banyak hal dan apa adanya, hingga tertawa lepas namun masih dalam batas-batas kesopanan menunjukkan adanya perhatian (*Attentive*) yang diberikan Bamsoet terhadap lawan bicaranya. Perhatian ditunjukkan dengan bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pesan kepada setiap bintang tamu menggunakan bahasa informal, dalam batas kesopanan tanpa membuat lawan bicara tersinggung.

Dari keseluruhan hasil analisis semiotika terhadap gaya komunikasi Bamsoet di *Youtube Channel* 'Bamsoet Channel' dan video *podcast* 'Ngompol', ditemukan 6 gaya komunikasi Bamsoet yaitu *Impression Leaving*, *Open*, *Friendly*, *Relaxed*, *Dramatic*, dan *Attentive*. Masing-masing gaya tersebut dipresentasikan dengan porsi yang berbeda-beda pada masing-masing video. Sedangkan 4 gaya lainnya yaitu *Argumentative*, *Dominant*, *Precise*, dan *Animated Expressive* tidak ditemukan.

Gaya komunikasi dapat menjadi karakter/ciri komunikator sebagai kesan menyeluruh (Makmur, 2016). Keenam gaya komunikasi yang ditemukan merepresentasikan komunikasi interpersonal yang efektif. DeVito menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi interpersonal memiliki ciri-ciri keterbukaan, empati, dukungan, dorongan positif, serta kesetaraan. Komunikasi interpersonal akan lebih efektif jika suasananya setara yang artinya harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga (Devito, 2017).

Bamsoet membangun kesetaraan dengan setiap bintang tamu dalam semua video-nya dengan cara menciptakan suasana yang nyaman kepada setiap bintang tamu agar tercipta komunikasi efektif menyebabkan setiap lawan bicaranya dapat mengutarakan pendapat dan berekspresi tanpa ada beban menempatkan tipe komunikasi pemimpin Bamsoet dalam *YouTube podcast* 'Ngompol' termasuk ke dalam *equalitarian style* atau tipe kesetaraan. Seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya bahwa aspek penting dari *equalitarian style* adalah kesetaraan, yang ditandai dengan penyebaran pesan verbal (maupun non-verbal) yang bersifat dua arah dimana setiap aktor dalam komunikasi dapat mengutarakan pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan, bahwa mengacu pada *Communicator Style Measure* dari Robert Norton gaya komunikasi yang diterapkan Bamsoet untuk menjangkau generasi milenial dan pasca milenial adalah *Impression Leaving*, *Open*, *Friendly*, *Relaxed*, *Dramatic*, dan *Attentive*. Keenam gaya komunikasi tersebut menunjukkan tipe komunikasi pemimpin dari Bamsoet adalah *equalitarian style*.

Penggunaan kanal media sosial *YouTube Podcast* 'Ngompol' media sosial merupakan saluran komunikasi yang paling banyak digunakan untuk menjangkau generasi muda milenial dan pasca milenial dalam berbagai bidang kehidupan termasuk politik. Akan tetapi diperlukan kemampuan beradaptasi dengan minat dan gaya generasi milenial dan pasca milenial. Tidak terkecuali bagi lembaga negara MPR-RI yang mempunyai tugas mensosialisasikan Empat Pilar Kebangsaan sebagai penguatan karakter bangsa dalam rangka membangun kekuatan bangsa, serta mampu menjadi katalis dari efek negatif arus globalisasi.

Peneliti menilai Bamsoet mampu mengatasi perbedaan gaya komunikasi antar generasi dengan mengedepankan prinsip kesetaraan (*equalitarian*) dalam komunikasi tanpa melanggar norma kesopanan sehingga dapat diterima oleh milenial. Penerimaan generasi milenial terhadap figur Bamsoet sebagai personal dan sebagai pemimpin merupakan sebuah langkah positif bagi usaha pencapaian visi dan misi MPR-RI sebagai 'Rumah Bangsa'.

Kekurangan penelitian ini adalah tidak menyertakan wawancara dengan narasumber terkait dalam metode pengumpulan data karena disusun saat pandemi Covid-19. Untuk itu peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi studi pendahuluan bagi penelitian-penelitian

selanjutnya untuk dapat mengkaji lebih dalam mengenai *Leadership and Communication*, *Political Branding*, atau Sosialisasi 4 Pilar MPR-RI, yang termediasi oleh *social media* dan *new media*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, I., & Iskandar, D. (2020). Studi Netnografi Belajar Membuat Podcast Pada Komunitas The Podcasters Di Media Social Discord. *Journal Syntax Transformation*, 1(9), 619–623. <http://jurnal.syntaxtransformation.co.id/index.php/jst/article/view/151/230>
- Alvara Research Center. (2020). *The Battle Of Our Generation: Indonesia Gen Z and Millennial Report 2020*. <https://alvara-strategic.com/indonesia-gen-z-and-millennial-report-2020/>
- Anisa, R., & Rachmaniar. (2018). Gaya Komunikasi Calon Kepala Daerah Menjelang Pilkada Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 2(2), 49–57.
- Brown, A., & Green, T. D. (2007). Video podcasting in perspective: The history, technology, aesthetics, and instructional uses of a new medium. *Journal of Educational Technology Systems*, 36(1), 3–17.
- Budhiarto, E. (2020). *Gandeng Selebriti, Bamsoet Sosialisasi Empat Pilar Melalui Channel Youtube*. <https://www.katakini.com/artikel/35108/gandeng-selebriti-bamsoet-sosialisasi-empat-pilar-melalui-channel-youtube/>
- Cole, G. (2018). Beyond labelling: Rethinking the role and value of the refugee “Label” through semiotics. *Journal of Refugee Studies*, 31(1), 1–21. <https://doi.org/10.1093/jrs/fex021>
- David, E. R. (Eribka), Sondakh, M. (Mariam), & Harilama, S. (Stefi). (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1), 93363. <https://www.neliti.com/publications/93363/pengaruh-konten-vlog-dalam-youtube-terhadap-pembentukan-sikap-mahasiswa-ilmu-kom>
- Devito, J. A. (2017). *The Interpersonal Communication Book FIFTEENTH EDITION*. <https://lccn.loc.gov/2017037905>
- Fauziyyah, N. (2019). Communication Ethics Of Digital Natives Students Through Online Communication Media To Educators: Education Perspective. *Jurnal Pedagogik*, 06(02), 437–474. <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/pedagogik>
- Hemay, I., Abubakar, I., Bamualim, C. S., Bamualim, Mohalli, Simun, J., & Pranawati, R. (2020). *REVITALISASI NILAI-NILAI PANCASILA DI KALANGAN ANAK MUDA MILENIAL INDONESIA* (C. S. Bamualim (ed.)). BADAN PENGKAJIAN MPR RI.
- Kauppinen-Räsänen, H., & Jauffret, M.-N. (2018). Using colour semiotics to explore colour meanings. *Qualitative Market Research: An International Journal*.
- KBBI. (2020). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring*. Kemendikbud.
- Kuria, G. N. (2019). Literature Review: Leader Communication Styles and Work Outcomes. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 10(1), 1956–1965. <http://www.ijser.org>
- Makmur, R. (2016). Gaya dan Karakter Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo. *Communication*, 7(1), 1–35. <https://doi.org/10.36080/comm.v7i1.73>
- Moleong, L. J. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *PT Remaja Rosdakarya*.
- MPR RI. (n.d.). *MPR | Visi misi dan tujuan mpr ri*. MPR RI. Retrieved November 21, 2020, from <https://www.mpr.go.id/halaman/d/visi-misi-dan-tujuan-mpr-ri>
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika Dan Media Massa t PEKOMMAS*, 16(1), 10.
- Pohan, H. A. (2019). Kepemimpinan Di Era Milenial Ditinjau dari Aspek Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 3(2), 156–174.
- Raharjo, P. (2016). Communication Styles Of Joko Widodo In Disseminating Slum Village

- Planning Policy (At Kampung Deret) In Jakarta Province. *International Journal of Advanced Research*, 4(2), 276–285. <http://www.journalijar.com>
- Rokhmah, A. I. N., & Rahmawati, L. E. (2019). Bentuk Modifikasi Deiksis Persona Pada Generasi Milenial (Kajian Kesantunan Dan Impresi). In C. Ulya (Ed.), *Konferensi Nasional Bahasa dan Sastra (Konnas Nasastra) V* (pp. 49–53).
- Romadhan, M. I. (2018). Personal Branding Jokowi Dalam Mempertahankan Brand Image Melalui Video Blog YouTube. *Meta Communication: Journal Of Communication Studies*, 3(2), 76–93.
- Soesatyo, B. (n.d.-a). *Bamsoet Channel: About - YouTube*. Retrieved November 21, 2020, from <https://www.youtube.com/c/BamsoetChannel/about>
- Soesatyo, B. (n.d.-b). *Bamsoet Channel: Playlist - YouTube*. Retrieved November 21, 2020, from <https://www.youtube.com/c/BamsoetChannel/playlists>
- Umarela, F. H., Dwityas, N. A., & Zahra, D. R. (2020). Representasi ideologi supremasi kulit putih dalam iklan televisi. *ProTVF*, 4(1), 64. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v4i1.25172>
- wartaekonomi.co.id. (2020). *Sosialisasikan 4 Pilar, Ketua MPR Luncurkan Youtube Bamsoet Channel dan Podcast Ngompol*. <https://www.wartaekonomi.co.id/read303694/sosialisasikan-4-pilar-ketua-mpr-luncurkan-youtube-bamsoet-channel-dan-podcast-ngompol>
- Zellatifanny, C. M. (2020). Trends in Disseminating Audio on Demand Content through Podcast: An Opportunity and Challenge in Indonesia. *Journal Pekommas*, 5(2), 117–132. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050202>